

Сікєтіна Н.Г.

Postgraduate

National Technical University «Kharkov Polytechnic Institute, Ukraine

PROVIDING OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISE ACTIVITY IN THE CHANGEABLE ENVIRONMENT

Сікєтіна Н.Г.

здобувач

Національний політехнічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В МІНЛИВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

The article considers the factors of ensuring the economic efficiency of the machine-building enterprise. An analysis of product's competitiveness components is given - a weighty factor affecting the company's activities in a market environment.

Keywords: *enterprise, economic efficiency, competitiveness of products, logistic competitiveness of products.*

В статті розглянуто фактори забезпечення економічної ефективності діяльності машинобудівного підприємства. Дається аналіз складових конкурентоспроможності продукції – вагомого фактора, що впливає на діяльність підприємства в ринковому середовищі.

Ключові слова: *підприємство, економічна ефективність, конкурентоспроможність продукції, логістична конкурентоспроможність продукції.*

Забезпечення економічної ефективності промисловості й вихід її з економічної кризи останніх років нерозривно пов'язані з можливістю реалізовувати вироблену продукцію за ринкових умов. Причиною недостатнього рівня економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств є випуск продукції, яка не завжди має необхідний рівень конкурентоспроможності (для її реалізації на певному ринку).

У зв'язку із цим постає завдання дослідити конкурентоспроможність продукції підприємств і фактори, які впливають на її рівень. Як показує практика, здебільшого на підприємствах конкурентоспроможність продукції розраховують за технічними характеристиками, які відносяться до якості продукції, та за ціною продукції. Інші ж фактори конкурентоспроможності продукції при її оцінці не враховуються. Такий підхід до визначення конкурентоспроможності продукції негативно позначається на ефективності діяльності підприємств.

При виборі стратегії реалізації продукції підприємство насамперед має керуватися її конкурентоспроможністю на ринку. Саме тому аналіз та оцінка конкурентоспроможності продукції стають основним напрямком розробки маркетингової політики підприємства.

Для виявлення галузей, в яких підприємство досягло більш високих результатів у порівнянні з конкурентами, використовується поняття «конкурентні переваги». Саме ці переваги дозволяють правильно розробити стратегію позиціонування товарів на ринку, вибравши цільові сегменти ринку підприємства й сконцентрувавши там його фінансові ресурси

Розглянемо фактори конкурентних переваг товару. Деякі вчені [1-2] пропонують в ринкових умовах діяльності підприємств і відповідно до цінової та нецінової конкуренції фактори конкурентних переваг розглядати як «цінові» та «нецінові». Зрозуміло, що при функціонуванні підприємства в умовах цінової конкуренції значна увага приділяється зниженню витрат на виробництво продукції.

Але слід зазначити, що для конкурентоспроможності продукції підприємства важливі й нецінові фактори, до яких відносять якість товару, імідж торгової марки та репутацію виробника. Як відомо, на ціну продукції впливає її якість, тому віднести останню до нецінових факторів не видається можливим, тому що йде диференціація якості відносно ринкових сегментів.

Забезпечення рівня конкурентоспроможності продукції, яку випускають підприємства, залежить від багатьох факторів, основні з яких наведені вище. Беручи до уваги розглянуті поняття конкурентоспроможності продукції, підготовки виробництва, підприємства, можна констатувати, що конкурентоспроможність – це узагальнена економічна категорія, яка характеризує економічну ситуацію в певному конкурентному середовищі, яке включає перед виробничі, виробничі, розподільні процеси та реалізацію товару, а також експлуатацію продукції.

Показники зовнішнього формування визначають загальну ситуацію на ринку товару, що склалася на цей час. Важливість і необхідність їхнього ретельного вивчення й оцінки обумовлені тим, що ці фактори дуже складно представити в кількісному вираженні й оцінити їхній вплив при розрахунку рівня конкурентоспроможності продукції.

Забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства є складним і об'ємним процесом, що включає вибір товарної та цінової політики підприємства, обґрунтування рівня конкурентоспроможності продукції і способів просування товару до споживачів. Основні фактори, які впливають на вирішення цієї проблеми, обґрунтовано в роботах [3-6].

Аналізуючи фактори економічної ефективності машинобудівного підприємства й конкурентоспроможність його продукції, можна зробити висновок, що на них впливають однакові фактори. На думку автора цієї роботи, показник конкурентоспроможності продукції є первинним стосовно до економічної ефективності діяльності підприємства, тобто зумовлює досягнення певної величини останньої. Надалі вирішення проблеми підвищення економічної ефективності діяльності підприємства розглядається з позицій вищесказаного. Рівень конкурентоспроможності продукції визначається шляхом знаходження комплексного індексу конкурентоспроможності продукції.

У літературних джерелах використовується інтегральний індекс рівня конкурентоспроможності продукції і розраховується як відношення індексу якості до індексу ціни. Однак у ринкових умовах на рівень конкурентоспроможності продукції впливають і нецінові та логістичні фактори, що розглядаються в [6]. Тоді вказану методику використати неможливо, оскільки вона не допускає оцінки впливу нецінового та логістичного факторів конкурентоспроможності продукції.

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності товару, яка відображена в сучасній економічній літературі, ґрунтується на врахуванні тільки двох, хоча й інтегральних, показників – його якості та ціни споживання, тобто конкурентоспроможність можна уявити як функцію цих двох показників.

Таблиця 1

Співвідношення ступеня ризику впливу МКС та економічної ефективності діяльності підприємства

Ступінь ризику впливу МКС	Чисельне значення	Економічна ефективність діяльності підприємства	Чисельне значення
Дуже високий	0,8-1,0	Негативна	0,0 та нижче
Високий	0,64-0,8	Дуже низька	0,0001 -0,001
Середній	0,37-0,64	Середня	0,001-0,1
Низький	0,2-0,37	Висока	0,1-1
Дуже низький	0,0-0,2	Дуже висока	1 та вище

Складові мінливого конкурентного середовища представлені у таблиці 2.

Таблиця 2

Складові мінливого конкурентного середовища

Джерело інформації	Ключовий акцент
[7]	1. Економічний потенціал виживання підприємства 2. Вплив зовнішнього середовища 3. Оцінка перспектив розвитку підприємства 4. Загальна стратегія розвитку підприємства
[8]	1. Невизначеність умов господарювання 2. Непередбачуваність політичних, економічних, соціальних та технологічних змін 3. Інноваційні підходи до формування дієвої конкурентної стратегії 4. Отримання підприємством конкурентних переваг 5. Ринкова стійкість підприємства 6. Досягнення максимальної ефективності в довгостроковому періоді діяльності 7. Максимальна реалізація конкурентного потенціалу.
[9]	1. Економічний потенціал 2. Фактори мікросередовища – ті, що формуються на рівні самого підприємства та обумовлені його організаційно-управлінськими, ресурсними, фінансовими характеристиками; 3. Фактори макросередовища – чинники зовнішнього впливу, що виникають за межами підприємства (на державному та світовому рівнях).
[10]	1. Показники фінансової звітності в контексті їх конкурентоспроможності; 2. Стан активів підприємства та джерел їх формування; – проаналізувати ефективність функціонування підприємства за умов конкурентного середовища; 3. Відповідність рівнів балансової напруги та операційної безпеки за умов загострення конкурентної боротьби.
[11]	1. Стратегія як програма функціонування підприємства в зовнішньому середовищі, взаємодії з конкурентами, задоволення клієнтів, реалізації інтересів акціонерів, зміцнення конкурентних позицій підприємства 2. Конкурентна боротьба 3. Парадигма стратегічного управління підприємством

На практиці критерії, за якими споживач оцінює й обирає товар, містять набагато більше показників, ніж тільки ціна та якість. Тому з позицій маркетингу при оцінці конкурентоспроможності товару необхідно враховувати не тільки вимоги споживача до його ціни та якості, але й вимоги, що висувуються в основному до сфери укладання угоди та експлуатації товару, такі, наприклад, як оперативність поставки, забезпеченість запчастинами, організація сервісу, репутація країни-виробника і конкретного постачальника тощо.

В свою чергу ризик впливу мінливого конкурентного середовища (МКС) співвідноситься із величиною економічної ефективності наступним чином (табл.1).

Пропонується розвинути ідею про вплив конкурентоспроможності товару (продукції) на економічну ефективність діяльності підприємства.

На погляд автора цієї роботи, доцільно розраховувати комплексний показник конкурентоспроможності продукції (товару) з огляду на такі фактори: якість продукції, ціна, нецінові та логістичні фактори. Якщо в цьому показнику врахувати всі вище перелічені критерії споживачів конкретного ринку, то він відобразить реальну конкурентоспроможність, оскільки для успішного продажу товару необхідно, щоб він з'явився на тому ринку, на якому дійсно необхідний, у потрібній кількості і в певний момент часу, щоб споживач був підготовлений до появи даного товару, а маркетингова програма була б кращою, ніж у конкурентів.

Теоретично комплексний показник конкурентоспроможності продукції (без урахування нецінового й логістичного факторів) може бути відносно високим, в той час як продукція реалізується не в запланованих обсягах, тому що споживач може віддати перевагу продукції того підприємства, яке забезпечує його необхідними послугами (конкурентоспроможність продукції нецінова). Тому може спостерігатися ситуація, при якій високий рівень конкурентоспроможності продукції з якості та ціни не забезпечує достатнього рівня рентабельності продукції та підприємства в цілому.

Суттєвого зниження логістичних витрат можна досягти у постачальницькій та збутовій логістиці, тому що там може бути варіантність, а виробнича сфера забезпечується існуючим виробничим процесом. Тому далі розглядатимемо постачальницьку та збутову логістику, які включають складську та транспортну логістики. Орієнтація на мінімізацію витрат залишається актуальною, але лише за умов, що буде знайдено оптимальний рівень співвідношення витрат і рентабельності основного та оборотного капіталу, задіяного в рамках ринкової стратегії.

На більшості вітчизняних підприємств в їхніх логістичних системах (постачальницькій та збутовій) не проводиться вибір оптимального варіанту витрат. Вибір оптимального варіанту як у постачальницькій, так й у збутовій логістиці зменшує собівартість одиниці продукції, що дозволить знизити ціну на продукцію, яка реалізується на різних ринках, виходячи з їхньої кон'юнктури, а також збільшити прибуток при незмінній ціні. Тому логістика впливає на рівень конкурентоспроможності продукції та обумовлює його.

Використовуючи логістичний фактор, можна підвищити конкурентоспроможність продукції.

Для забезпечення економічної ефективності діяльності підприємств та їхнього стратегічного розвитку постає необхідність шукати додаткові можливості подальшого зниження витрат і собівартості продукції, підвищення рівня якості обслуговування споживачів. У цей час на західних підприємствах традиційні сфери застосування логістики злилися воедино, створивши стратегічну інноваційну систему.

У сучасних умовах логістичний фактор дає позитивний результат в операційному менеджменті при прийнятті часткових рішень у сфері товароруху та зниження витрат на транспортування і зберігання товару в складських приміщеннях. Для наочності й систематизації розглянемо напрямки логістики на сучасному машинобудівному

підприємстві, відповідно до яких визначатиметься логістичний фактор конкурентоспроможності [12].

Отже, можна дати авторське визначення категорії «логістична конкурентоспроможність продукції» – це сукупність дій щодо підвищення економічної ефективності закупівельної, транспортної, складської та розподільчої діяльності підприємства, що відбувається шляхом мінімізації витрат у цих сферах. А «логістичні складові конкурентоспроможності продукції» являють собою напрямки мінімізації логістичних витрат підприємства, відповідно: закупівельної, транспортної, складської та розподільчої логістики.

Підсумовуючи сказане, можна зробити такий висновок: високий рівень конкурентоспроможності продукції, що не включає неціновий та логістичний фактори, не завжди забезпечує достатній рівень рентабельності продукції, а отже, підприємства в цілому.

Фактори конкурентоспроможності продукції є також факторами економічної ефективності діяльності підприємства, отже, конкурентоспроможність у цілому є складовою останньої. У той же час не завжди високий рівень конкурентоспроможності продукції забезпечує високу рентабельність продукції та підприємства в цілому. У зв'язку із цим актуальним є поглиблене дослідження взаємозв'язку конкурентоспроможності продукції підприємства та його економічної ефективності.

Слід зазначити, що систематизація основних факторів, які впливають на діяльність підприємства, в значній мірі допомагає оцінювати й прогнозувати її економічну ефективність. Одним з факторів підвищення економічної ефективності є забезпечення певного рівня конкурентоспроможності продукції. На конкурентоспроможність продукції підприємства впливають такі фактори, як якість продукції, ціна, нецінові та логістичні фактори.

На основі аналізу існуючих досліджень в сфері управління конкурентоспроможністю продукції та економічною ефективністю діяльності підприємства в ринкових умовах виявлені фактори, які на них впливають.

Отже, можна констатувати, що для забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства за умов мінливого конкурентного середовища, її варто розглядати з позицій обґрунтування якісних та цінових, нецінових та логістичних факторів, які формують подальший розвиток підприємства за умов врахування ризику впливу МКС.

Визначено, що в поточному періоді досягнутий рівень конкурентоспроможності продукції підприємства дозволяє йому отримати певну величину економічної ефективності. У плановому періоді отримана в поточному році величина економічної ефективності діяльності підприємства дозволить виготовити продукцію з потрібним рівнем її конкурентоспроможності.

Література:

1. Воронов А. А. Показатели и методы оценки эффективности организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием /А. А. Воронов, В.Ф. Катичев. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – № 4. – С. 98–108.
2. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства [Текст] : збірник наукових праць / Дороніна М.С. – Х. : ХДЕУ, 2002. – 431.
3. Сикетина Н. Г. Взаимосвязь конкурентоспособности продукции и экономической эффективности деятельности предприятия / Н. Г. Сикетина // Бизнес-Информ. – 2008. – № 1. – С. 112-115.
4. Сікетіна Н. Г. Обґрунтування вибору варіантів розробки програми щодо підвищення економічної ефективності діяльності підприємства / Н. Г. Сікетіна // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – Харків : НТУ «ХПІ». – 2009. – № 36. – С.37–141.
5. Сікетіна Н. Г. Вплив нецінового й логістичного факторів на конкурентоспроможність продукції / Н. Г. Сікетіна // Матеріали ІХ науково-практичної заочної конф. [«Сучасна освіта і наука в Україні: наукові здобутки, стан і перспективи»]. – Запоріжжя : «Copy Art». – 2011. – С. 76–79.

6. Сікетіна Н. Г. Обґрунтування логістичного фактору конкурентоспроможності продукції / Н. Г. Сікетіна // Матеріали ІХ науково-практ. заоч. конф. [«Молода наука України: перспективи та пріоритети розвитку»]. – Київ : «Сору Art». – 2011. – С. 105–108.
7. Фролова Л., Григоваш О. Стратегічне управління економічним потенціалом підприємства торгівлі / Л. Фролова, О. Григоваш // Вісник КНТЕУ. 2012. № 5. – С.2 -7.
8. Гросул В.А., Афанасьєва М.В. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «конкурентний потенціал» підприємства у сучасному науковому полі / В.А. Гросул, М.В. Афанасьєва // Экономика Крыма №4(45), 2013, С.280-284.
9. Безручко О. О. Особливості управління економічним потенціалом підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища / О.О. Безручко // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. № 1/ (3). 2014 Серія «Економічні науки». С. 96-99.
10. Рзаєв Г.І. Характеристики конкурентоспроможності підприємства та напрями її оцінки / Г.І. Рзаєв // Вісник Хмельницького національного університету 2011, № 5, Т.2 Серія «Економічні науки». С. 166-171.
11. Кравченко О.В. Поняття стратегії в стратегічному управлінні / О.В. Кравченко // Вісник Сумського національного аграрного університету. - 2007. - № 1(22). - С. 267-272.
12. Сікетіна Н. Г. Формування логістичної конкурентоспроможності продукції підприємства / Н. Г. Сікетіна // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : «Технічний прогрес та ефективність виробництва». – Харків : НТУ «ХПІ». – 2012. – № 25. – С. 65-68.